

# GUIDE

*Pas à pas*

## IDENTIFIER VOS MOTS-CLÉS

Bienvenue dans ce workbook dédié à **l'identification de vos mots-clés** ! Ce guide pratique vous aidera à structurer votre recherche pour **optimiser votre visibilité en ligne**. Prenez le temps de compléter chaque section pour **affiner votre stratégie SEO**.

# 1

## Comprendre votre public cible

L'audience cible désigne le **groupe spécifique de consommateurs** que vous souhaitez atteindre avec vos produits ou services. Comprendre votre audience cible est essentiel pour **adapter votre message marketing** et **optimiser votre stratégie de contenu**, afin de répondre au mieux à leurs besoins et attentes.

Identifier les caractéristiques de votre audience

- Répondez aux questions suivantes.
- Je vous ai ajouté une petite feuille persona en bonus.

### 1. Qui sont vos visiteurs idéaux ?

Quand vous pensez à votre clientèle actuelle et idéale. Quels sont les groupes démographiques qui sont le plus susceptibles d'être intéressés par vos produits ou services ?

- Âge :
- Profession :
- Centres d'intérêt :
- Autres caractéristiques :



### 2. Quels problèmes cherchent-ils à résoudre ?

Pour comprendre leurs besoins et motivations, identifiez les défis ou les frustrations que votre audience pourrait rencontrer. Comment vos offres peuvent-elles les aider ?

- Problème 1 :
- Problème 2 :
- Problème 3 :

### 3. Quelles questions se posent-ils ?

Explorer leurs préoccupations, pensez aux interrogations que votre audience pourrait avoir lors de leur recherche d'informations. Quelles informations supplémentaires pourraient les rassurer ?

- Question 1 :

- Question 2 :

- Question 3 :

### 4. Synthétiser les informations

À partir des réponses aux questions ci-dessus, créez un profil succinct de votre audience cible. Cela peut inclure une description générale, leurs motivations et les questions clés qu'ils se posent.

profil



Nom

Age:

Genre

Revenu

Formation

profession

localisation

Situation personnelle

Personnalité

Introverti



Extraverti



Creatif



Analytique



Réflexion



Sentiments



Sagesse



Impulsivité



Découragement



Persévérance



Évite les risques



Prends des risques



Ses questions

Notes : • Toutes les petites notes pour vous aider

# 2

## Brainstorming initial

Le brainstorming est une méthode créative pour **générer des idées**. Ne vous censurez pas ; **notez tout ce qui vous vient à l'esprit**. Impliquer d'autres personnes peut également apporter des perspectives différentes et enrichir votre liste.

### 1. Liste de mots pertinents

Notez des mots-clés pertinents pour votre activité.



### 2. Liste des expressions en lien

Pensez aux termes que vos clients pourraient utiliser pour vous trouver.

# 3

## Utiliser des outils



Utilisez des outils simples pour obtenir des informations précises sur ce que les gens recherchent. Cela enrichit votre compréhension des besoins de votre audience et vous aide à sélectionner des mots-clés pertinents.

### 1. Moteur de recherche :

Tapez des mots ou phrases liés à votre activité et notez les suggestions et questions.

- Suggestions

- Questions

## 2. AnswerThePublic :

Utiliser AnswerThePublic pour découvrir des questions et sujets liés à votre mot-clé principal.

- **Choisissez et entrez votre mot-clé :**

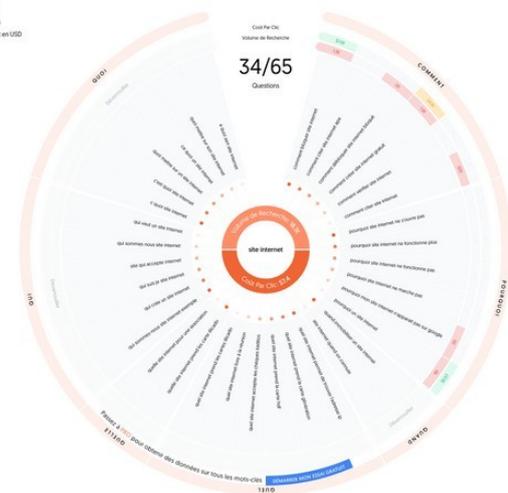
Pensez à un terme central lié à votre activité ou à votre produit. Par exemple, si vous vendez des vêtements de sport, un bon mot-clé pourrait être "vêtements de sport".

- **Explorez les résultats :**

1. Observez les différentes questions, phrases et sujets qui apparaissent autour de votre mot-clé.
2. Notez au moins cinq questions ou sujets qui vous semblent pertinents pour votre audience.

1.
2.
3.
4.
5.

INDICATEURS CLES  
Très recherchés  
Moy. recherchés  
Moins recherchés  
Les données CPC sont en USD



- **Analysez les résultats :**

Quelles questions sont fréquemment posées par les utilisateurs ?

Y a-t-il des tendances ou des préoccupations récurrentes que vous pourriez aborder dans votre contenu ?

# 4

## Analyser la concurrence



L'analyse de la concurrence vous donne une idée claire de **ce qui fonctionne sur le marché**. Cela vous permet d'identifier **des opportunités pour vous différencier**, sans tomber dans le piège de la copie.

### 1. Identifiez trois concurrents et examinez leur contenu :

**Rappel important** : **Ne copiez jamais le contenu de vos concurrents !** En plus de **perdre de la valeur aux yeux de votre audience**, cela peut entraîner des sanctions de la part des moteurs de recherche, ce qui pourrait **faire baisser votre classement**.

Étape	Description	Exemple
1. Identifier le concurrent	Notez le nom et le site web du concurrent.	Concurrent 1 : ABC Vêtements
2. Analyser la méta description	Examinez la méta description de la page d'accueil.	Méta description : "Vêtements de sport tendance"
3. Calculer la répétition des mots-clés	Notez la fréquence des mots-clés principaux dans le contenu.	Mots-clés : "vêtements de sport" (répété 5 fois)
4. Analyser le type de contenu	Identifiez le type de contenu proposé (articles, vidéos, etc.).	Type de contenu : Articles de blog sur le fitness
5. Identifier les points forts et faibles	Notez ce qui fonctionne bien et ce qui pourrait être amélioré.	Points forts : Visuels attractifs ; Points faibles : Temps de chargement lent

### Comment utiliser ce tableau :

1. Remplissez chaque ligne pour chaque concurrent.
2. Comparez les résultats pour identifier des opportunités et des points de différenciation.

# Concurrent 1



Étape	Description
1. Identifier le concurrent	<input type="text"/>
2. Analyser la méta description	<input type="text"/>
3. Calculer la répétition des mots-clés	<input type="text"/>
4. Analyser le type de contenu	<input type="text"/>
5. Identifier les points forts et faibles	<input type="text"/>

**Observations :**

# Concurrent 2



Étape	Description
1. Identifier le concurrent	<input type="text"/>
2. Analyser la méta description	<input type="text"/>
3. Calculer la répétition des mots-clés	<input type="text"/>
4. Analyser le type de contenu	<input type="text"/>
5. Identifier les points forts et faibles	<input type="text"/>

**Observations :**

# Concurrent 3



Étape	Description
<b>1. Identifier le concurrent</b>	<input type="text"/>
<b>2. Analyser la méta description</b>	<input type="text"/>
<b>3. Calculer la répétition des mots-clés</b>	<input type="text"/>
<b>4. Analyser le type de contenu</b>	<input type="text"/>
<b>5. Identifier les points forts et faibles</b>	<input type="text"/>

**Observations :**

# Conclusion de l'analyse de concurrents



## 1. Résumé des forces et faiblesses

Concurrent	Forces	Faiblesses

## 2. Opportunités à exploiter

## 3. Stratégies de différenciation

# 5

## Explorer les mots-clés « Longue Traîne »

Les mots-clés longue traîne sont moins compétitifs et attirent **un trafic plus ciblé**. En les intégrant dans votre stratégie, vous pouvez mieux **répondre aux intentions spécifiques des utilisateurs**.

### 1. Identification des mots-clés longue traîne :

Listez au moins trois mots-clés longue traîne que vous pourriez utiliser.

- 
- 
- 

### Exemple de Mots-Clés Longue Traîne

#### Mot-clés :

- "chaussures"

#### Mots-clés longue traîne :

- "chaussures de randonnée imperméables pour femmes"
- "chaussures de course légères pour marathons"
- "chaussures de danse à talons pour débutantes"



# 6

## Intégrer et affiner vos mots-clés

L'intégration de mots-clés doit être **stratégique et naturelle**. Le suivi de leurs performances vous permet d'**ajuster votre stratégie en temps réel** pour maximiser votre visibilité.



### 1. Intégration des mots-clés

Tips pour bien intégrer vos mots-clés

#### Dans les titres :

- Utilisez des mots-clés dans les titres et sous-titres :
- Placez vos mots-clés principaux dans le titre (H1) et dans les sous-titres (H2, H3) pour aider les moteurs de recherche à comprendre le sujet de votre contenu.

#### Dans le contenu :

- Assurez-vous que les mots-clés s'intègrent naturellement dans les phrases.
- Évitez le bourrage de mots-clés, qui peut nuire à la lisibilité.
- Mélangez les types de mots-clés :
  - Utilisez à la fois des mots-clés génériques et des mots-clés longue traîne. Cela permet de toucher un public plus large tout en étant spécifique.
- Ajoutez des synonymes et des variations :
  - Pour éviter la répétition et enrichir le texte, intégrez des synonymes et des expressions similaires. Par exemple, pour "chaussures de randonnée", vous pouvez aussi utiliser "bottes de randonnée".
- Utilisez des appels à l'action (CTA) :
  - Incorporez vos mots-clés dans vos CTA pour diriger les utilisateurs vers des actions précises. Par exemple, "Découvrez notre sélection de chaussures de randonnée imperméables".

### Exercice : Intégration Pratique

1. Choisissez un mot-clé principale et rédigez un paragraphe de 100 mots l'intégrant de manière naturelle.





## 2. Types de textes à ajouter sur votre site

### Articles de blog :

- Rédigez des articles sur des sujets liés à vos mots-clés. Par exemple, "Top 5 des chaussures de randonnée pour femmes en 2024".

### Pages de produits :

- Optimisez les descriptions de produits en y intégrant des mots-clés spécifiques, des caractéristiques et des avantages.

### FAQ (Foire aux questions) :

- Créez une section FAQ pour répondre aux questions courantes. Cela vous permet d'intégrer des mots-clés longue traîne et d'améliorer l'expérience utilisateur.

### Guides d'achat :

- Proposez des guides d'achat détaillés qui intègrent vos mots-clés et répondent aux besoins de vos clients.

### Témoignages clients :

- Encouragez vos clients à laisser des avis qui contiennent des mots-clés. Par exemple, un témoignage sur des "chaussures de randonnée imperméables pour femmes".

En intégrant ces types de contenus sur votre site, vous pouvez **attirer une audience plus large**, améliorer votre référencement et **engager votre cible**. Ces textes permettent de créer une connexion authentique et ce avec tous les domaines d'activité, **tout en optimisant votre présence en ligne**.

# LAURETTE RIAND

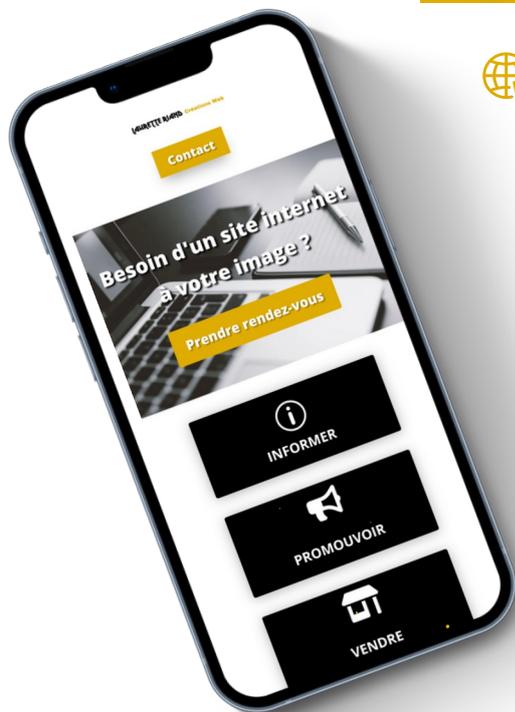
## Créations Web

Si vous avez besoin d'aide ou si vous souhaitez un audit de votre site, n'hésitez pas à me contacter ! 💻 ✨

Contact

06.75.44.19.97

 [www.laurette-riand-cw.fr](http://www.laurette-riand-cw.fr)



Espace entrepreneurs